

REMAJA, MEDIA SOSIAL DAN CYBERBULLYING

Oleh: El Chris Natalia, S.I.Kom., M.Si.
School of Communication, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
chris.natalia@atmajaya.ac.id

Abstrak

Media sosial sekarang ini telah menjadi bagian dari kehidupan remaja. Facebook, Twitter, Path dan media sosial lainnya menjadi wadah bagi para remaja untuk berinteraksi. Terlebih lagi, remaja berada pada usia dimana mereka senang mencari perhatian dan membangun pencitraan diri yang baik. Tidak adanya pengontrolan terhadap interaksi dan aktivitas yang dilakukan para remaja tersebut di media sosial bisa menjadi masalah. Setiap orang dengan bebasnya dapat melakukan aktivitas apapun di media sosial. Cyberbullying menjadi salah satu dampak yang muncul dari aktivitas online. Cyberbullying diartikan secara umum sebagai tindakan bully yang dilakukan seseorang terhadap orang lain dalam dunia online. Dampak negatif dari cyberbullying dapat dilihat baik secara psikologis maupun fisik. Bahkan ada juga korban yang melakukan bunuh diri akibat cyberbullying. Remaja dengan jiwa yang rentan dapat menjadi pelaku atau korban dari cyberbullying. Mereka yang tidak mengerti tentang etika yang baik secara online biasanya sulit untuk mengontrol perilaku mereka di dunia online.

Kata kunci: remaja, media sosial, cyberbullying

Abstract

Social media today can be said that has been a part of teenage life. Facebook, Path, Twitter, Instagram, and other social media become a place for teenagers to interact. Moreover, teenagers are still in the stage of age where they are like to be attentive and always build a good self-image. The problems of controlling any interaction or activity can be carried out in social media. Everyone can freely conduct any activity on their social media. Cyberbullying is one of the effects that can be found from the activities that so called 'freedom'. Cyberbullying is generally defined as someone who is doing the bullying of others in the online world (cyber). The negative impact of cyberbullying can be in psychological or physical, even can make the victims to tends to commit suicide. Teenagers with a vulnerable soul can become the subjects or victims of cyberbullying. Those who do not understand about good ethics in online are usually difficult to control their behavior in the cyber world.

Keywords: teenagers, social media, cyberbullying

Latar Belakang

Teknologi internet memberikan berbagai kemudahan dalam mencari dan memberikan informasi bagi masyarakat. Teknologi yang canggih melalui internet juga memudahkan masyarakat dalam berinteraksi tanpa perlu bertatap muka dimana tidak ada batasan geografis. Terlebih sekarang ini telah banyak orang mengenal media sosial. Media sosial memberikan berbagai dampak dan bahkan bisa menggeser media konvensional lainnya. Hanya dengan menggunakan media sosial, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Path*, dan lain sebagainya, masyarakat dengan mudahnya bisa mendapatkan berbagai informasi. Bahkan portal-portal berita sekarang ini sudah terkoneksi dengan media sosial. Media sosial juga banyak digunakan orang untuk berbagi informasi, mencari teman, atau membangun *self-image* seseorang. Bahkan, media sosial juga dipergunakan orang sebagai alat untuk melakukan kampanye.

Remaja merupakan sosok yang paling sering menggunakan media sosial. Kebanyakan dari mereka menggunakan media sosial untuk mencari teman atau membangun pertemanan, mempost foto atau video tentang aktivitas mereka, membangun *self-image*, dan lainnya. Tidak semua remaja mengerti bagaimana menggunakan media sosial dengan baik dan benar. Media sosial juga sering dijadikan para remaja sebagai ajang untuk mengomentari status atau postingan dari orang lain. Komentar-komentar tersebut bisa berupa komentar yang baik dan buruk. Remaja adalah sosok yang paling mudah terpengaruh dan masih berjiwa labil.

Rentannya jiwa remaja yang mudah terpengaruh dan media sosial yang saat ini menjadi bagian dalam aktivitas remaja menarik perhatian khusus. Tidak ada persyaratan yang wajib dilakukan bagi orang-orang yang hendak beraktivitas di internet, khususnya di media sosial, bagaimana mereka harus beretika dalam menggunakan media sosial dan hal-hal apa yang

sebaiknya tidak dilakukan dalam menggunakan media sosial. Kebebasan orang dalam menggunakan media sosial inilah yang menimbulkan berbagai penyalahgunaan media sosial. Salah satu penyalahgunaan media sosial yang akhir-akhir ini semakin ditemui adalah *cyberbullying*.

Cyberbullying adalah tindakan yang sama dengan tindakan *bullying* pada umumnya, yaitu mengintimidasi, mencemooh, atau mengganggu orang lain, namun dilakukan melalui internet atau dunia *cyber*. Walaupun tidak terjadi secara langsung atau *face-to-face*, *cyberbullying* juga bisa memakan korban. Hujatan yang diterima seseorang melalui dunia maya bisa mengganggu kondisi psikis seseorang. Sebagai contoh, kasus *cyberbullying* adalah kasus Katie Web, remaja asal Inggris yang bunuh diri akibat tidak kuat menerima cacian dari teman-temannya hanya karena dia tidak memiliki gaya rambut yang keren dan tidak memakai pakaian bermerek. Lalu di Indonesia, ada kasus Yoga Cahyadi, pria asal

Yogyakarta yang nekat bunuh diri akibat menerima tekanan dan hujatan dari orang-orang akibat gagalnya acara music Locstock Fest 2. Kasus yang dialami oleh Yoga Cahyadi ini semakin menjadi bukti bahwa kasus *cyberbullying* juga telah sampai atau terjadi di Indonesia. Tindakan *cyberbullying* menandakan bahwa tidak ada hal-hal yang mengontrol atau mengawasi kegiatan di media sosial. Setiap orang berhak mengutarakan isi hatinya tanpa memikirkan dampak atau efek akibat postingannya tersebut. Remaja sebagai sosok yang paling sering menggunakan media sosial dan memiliki peluang besar menjadi pelaku atau korban *cyberbullying*.

Peran dan Fungsi Media Sosial

Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Richard Hunter (2002) mengulas tentang *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new*

media/cybermedia) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Salah satu media yang sekarang ini sering digunakan oleh masyarakat adalah media sosial. Kehadiran media sosial menjadi fenomenal. Media sosial tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti *audio* atau *video* (Nasrullah, 2015). Kehadiran media sosial menjadikan masyarakat bisa dengan bebas dan mudahnya mendapatkan informasi apapun tanpa batasan waktu dan sumber.

Gunelius (2011) memberikan definisi media sosial adalah penerbitan *online* dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi. Media sosial menekankan akan adanya percakapan, keterlibatan, dan partisipasi. Ada interaksi yang dilakukan

oleh para pengguna media sosial tersebut. Interaksi dilakukan dengan memberikan komentar-komentar di postingan orang lain. Sang pemilik postingan tersebut juga memiliki hak untuk menghapus komentar yang tidak disukainya atau memblokir akun media sosial seseorang yang dianggapnya mengganggu.

Menurut Puntoadi (2011), media sosial berfungsi sebagai (1) media sosial memberikan keunggulan dalam membangun *personal branding*, yaitu tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena dalam hal ini audienslah yang akan menentukan media sosial dapat digunakan orang untuk berkomunikasi, berdiskusi, dan bahkan mendapatkan popularitas di media sosial; (2) dalam pemasaran, media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen.

Fungsi media sosial yang pertama adalah membantu seseorang dalam membangun *personal branding*. Banyak orang yang membentuk *self-image* melalui media sosial untuk mendapatkan kete-

nanan. Sebagai contoh, akun instagram @dijjah_yelloww yang menarik perhatian banyak orang karena konten instagramnya yang selalu membuat sensasi. Postingan-postingan heboh dan penuh sensasi dari perempuan yang asli bernama Hodijah itu justru membuatnya menjadi terkenal dimana ia telah memiliki banyak followers di akun instagramnya. Media sosial bisa menjadi ajang bagi seseorang dalam membentuk *self-image* seperti yang diinginkannya.

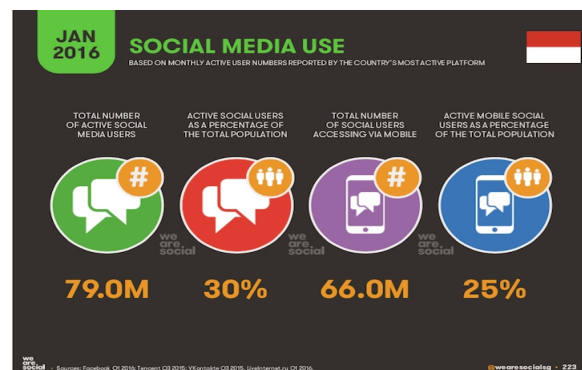
Selain untuk membangun *image* yang bagus dan mendapatkan popularitas, fungsi yang kedua dari media sosial adalah memasarkan suatu produk. Saat ini media sosial adalah alat yang paling sering digunakan oleh para wirausahawan dalam memasarkan produknya. Tanpa perlu bertatap muka satu per satu dengan konsumennya, para pemasar bisa melakukan interaksi dengan lebih dekat dan personal dengan para konsumennya melalui media sosial. Mereka bisa menjawab setiap pertanyaan atau pernyataan yang dikemukakan oleh para

konsumen. Melalui media sosial, para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam. Fungsi media sosial tersebut menggambarkan bahwa media sosial adalah sebuah alat atau wadah untuk menyampaikan informasi dimana proses penyampaian informasi tersebut bisa dilakukan dengan lebih mudah, cepat, dan bersifat personal.

Pengguna Media Sosial di Indonesia

Gambar 1

Pengguna Media Sosial di Indonesia



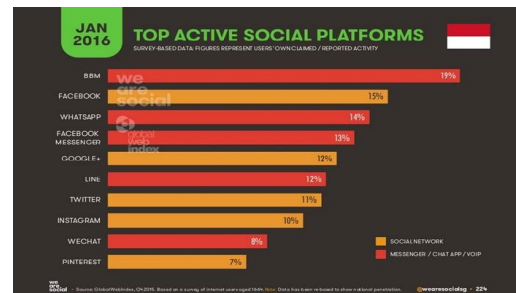
Sumber: WeAreSosial

Banyak pengguna media sosial yang aktif di Indonesia. Pada bulan Januari 2016, berdasarkan hasil survei WeAreSosial pada gambar 1 tersebut, diketahui bahwa

ada sebanyak 79 juta orang aktif menggunakan media sosial dan jumlah tersebut sebesar 30% dari total jumlah populasi di Indonesia. Masyarakat akhir-akhir ini lebih senang menggunakan media sosial dibandingkan media-media lainnya. Banyak informasi yang mereka dapatkan melalui media sosial dan juga sederet aktivitas lainnya yang bisa dilakukan, seperti bermain *games*, memasarkan suatu produk, melakukan *chatting* dengan orang lain, dan sebagainya. Sebagai contoh adalah *Facebook*. *Facebook* tidak hanya dipakai untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan orang lain, tetapi orang-orang bisa bermain *games* melalui *Facebook*. Sekarang ini sudah banyak aplikasi *games* yang terkoneksi dengan *Facebook*. *Facebook* juga bisa digunakan sebagai wadah untuk memasarkan suatu produk. Bisa terjadi kegiatan jual-beli di dalam *Facebook*. Banyaknya fungsi yang dimiliki oleh media sosial membuat banyak orang lebih sering menghabiskan

waktunya dengan mengoperasikan media sosial.

Gambar 2
Aplikasi Media Sosial dan Chat
Terpopuler di Indonesia



Sumber: WeAreSosial

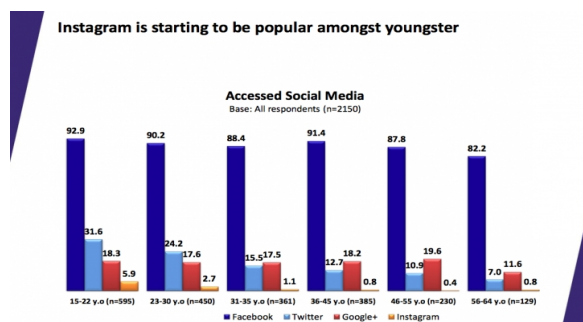
Sebuah lembaga riset di Singapura, WeAreSosial mengeluarkan laporan terbarunya pada tahun 2016, yaitu *WeAreSosial Digital, Sosial, and Mobile Report* in 2016. Laporan tersebut menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 88,1 juta dari total 259 juta jiwa. Terungkap pula fakta dimana terdapat 10 aplikasi media sosial dan aplikasi chat yang paling populer digunakan netizen Indonesia dalam laporan tersebut. Pada posisi paling atas, BBM adalah aplikasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam berinteraksi. Kemudian menempati posisi kedua, *Facebook* adalah media sosial yang paling aktif digunakan oleh masyarakat In-

donesia. *Whatsapp, Facebook Messenger, Google+, Line, Twitter, Instagram, WeChat, Pinterest* menempati posisi-posisi selanjutnya. Data tersebut sekaligus menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sehari-hari aktif di dunia online.

Remaja sebagai Pengguna Media Sosial

Berdasarkan berita yang dimuat oleh Kompas.com (19 Februari 2014), hasil penelitian yang dilakukan oleh UNICEF, bersama para mitra, termasuk Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Universitas Harvard, AS mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia yang berasal dari kalangan anak-anak dan remaja diprediksi mencapai 30 juta.

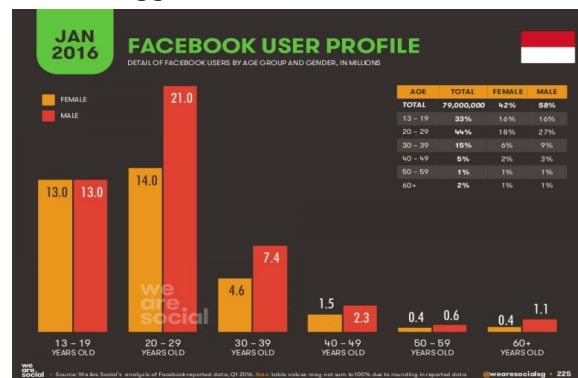
Gambar 3
Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber: <https://id.techinasia.com/tingkah-laku-pengguna-internet-indonesia>

Grafik hasil survei yang dilakukan oleh perusahaan riset pemasaran *Markplus Insight* dan majalah online *Marketeers* di atas tersebut menunjukkan bahwa media sosial lebih sering diakses oleh remaja berumur 15-22 tahun. Survei tersebut juga memperlihatkan bahwa media sosial Instagram sudah mulai populer di kalangan remaja. Perhatikan juga gambar hasil survei berikut:

Gambar 4
Pengguna Facebook di Indonesia



Sumber: WeAreSocial

Grafik pada gambar tersebut menunjukkan bahwa remaja (13-19 tahun) merupakan pengguna media sosial *Facebook* terbanyak kedua setelah orang dewasa dengan ren-

tang umur 20-29 tahun. Kedua grafik tersebut memperlihatkan bahwa tidak menutup kemungkinan remaja lebih sering menghabiskan waktunya di media sosial.

Seorang pemerhati tren dan digital remaja, Peg Streep (dikutip dari tempo.co, 2013) mengatakan ada empat alasan utama remaja menjadi maniak media sosial, yaitu:

1. Mendapatkan perhatian. Hasil penelitian dari *Pew Research Center Study*, AS menunjukkan bahwa sebagian besar remaja berbagi informasi di media sosial. Berbagi informasi tersebut merupakan cara bagi mereka untuk mendapatkan perhatian bagi diri mereka sendiri. Mereka sering berbagi banyak hal (bahkan yang bersifat pribadi) di dalam media sosial.
2. Meminta pendapat. Remaja seringkali meminta pendapat dan persetujuan teman-temannya dalam memutuskan sesuatu. Kemunculan media sosial membuat me-

reka justru meminta pendapat untuk sesuatu yang tidak penting. Sebagai contoh, remaja sering mengunggah foto mereka di *Facebook* hanya sekedar mengentahui komentar teman-temannya. Semakin banyak pujian atau semakin banyak "Like" di *Facebook* membuat mereka merasa populer. Media sosial menjadi indikator kepopuleran mereka. Bahkan bukan hanya melalui foto, remaja juga sering menuliskan status untuk meminta saran pada teman-temannya.

3. Menumbuhkan citra. Media sosial tidak akan mampu mendeskripsikan pribadi seseorang secara utuh. Oleh karena itulah media sosial akan membantu dalam menumbuhkan citra yang positif dari diri pribadi seseorang. Remaja cenderung memberikan kesan yang baik di media sosial. Mereka berharap orang lain melihat

mereka seperti apa yang mereka harapkan.

4. Kecanduan. Media sosial membuat para remaja menjadi kecanduan. Mereka “terjebak” dalam lingkaran drama media sosial. meskipun mereka terus mengeluh tentang “drama” dalam media sosial, namun pada kenyataannya mereka juga pelaku drama tersebut.

Media sosial selalu menjadi alat untuk membuat *self-image* atau citra yang baik. Remaja biasanya sengaja memilah-milah postingan terkait diri mereka di dalam media sosial. Sebagai contoh, tak sedikit dari mereka yang meminta kepada rekan-rekannya di *Facebook* untuk meng-*like* atau men-*share* postingan-postingan mereka. Semakin banyak yang meng-*share* atau meng-*like*, maka akan semakin terkenal mereka. Contoh lain adalah di media sosial *Instagram*, remaja sering memposting foto-foto yang menunjukkan bahwa mereka sedang berwisata atau berbelanja barang-

barang bagus. *Follower* mereka akan memberikan *like* atau komen terhadap foto-foto tersebut dan mereka berharap orang akan memberikan komentar yang sesuai harapan mereka.

Para tokoh terkenal atau artis juga sering membuat status atau memposting foto yang mengundang banyak komentar dari orang-orang. Ada citra positif yang mereka buat melalui postingan tersebut. Contohnya, postingan dalam akun *Instagram* @aurelie.hermansyah. Aurelie Hermansyah adalah anak dari pasangan artis Krisdayanti dan Anang Hermansyah. Aurelie sekarang menjadi sosok artis remaja yang menarik perhatian banyak pihak. Postingan-postingan dirinya di *Instagram* menunjukkan image yang cantik dan menarik. Banyak orang memberikan komentar terhadap postingan-postingannya itu, baik komentar yang positif maupun yang negatif.

Kebebasan dalam Menggunakan Media Sosial

Kemajuan teknologi membuat masyarakat bisa dengan mudahnya menggunakan media sosial tanpa batas. Mereka bebas mengemukakan pendapatnya di media sosial. Seperti yang dikutip dari penulisan di sebuah jurnal karya Kathleen C. dan Anuhea R. (2010),

“.....The coming of the sosial networking era has brought forth the infinite access to free speech in our sosial environment. Sosial media environment through blogging on websites such as Twitter, Wordpress, Myspace, and Facebook has manifested free speech. It allows us to have freedom of opinions without any boundaries.....”

Di satu sisi, kebebasan mengemukakan pendapat merupakan suatu hal yang baik dimana masyarakat tidak lagi khawatir akan sulitnya menyampaikan aspirasi mereka secara terbuka. Aspirasi yang mereka sampaikan juga bisa menjadi masukan bagi seseorang, pemerintah, lembaga, dan organisasi lainnya. Namun, di sisi lain pendapat yang dikemukakan belum tentu selalu pendapat yang positif. Bisa

saja para pengguna media sosial menyampaikan pendapat yang negatif, yang bernuansakan merendahkan atau mencemooh orang lain.

Media sosial juga bisa dijadikan sebagai sarana dalam ‘memperbaiki’ *image* seseorang, memberikan keterangan yang sebenarnya tentang sesuatu. Hal-hal seperti ini biasanya dilakukan oleh tokoh ternama atau idol. Artis-artis seringkali memberikan penjelasan atau klarifikasi mengenai pemberitaan diri mereka di media yang menurut mereka berita tersebut tidak benar. Bahkan tak jarang dari mereka menjawab komentar-komentar sinis yang diberikan oleh *haters* mereka di media sosial. kembali mengambil contoh dari postingan pada akun *Instagram @aurelie.hermansyah*. Walaupun Aurel kerap memposting gambaran dirinya yang cantik dan menarik, tak sedikit pula yang memberikan komentar sinis. Misalnya, banyak netizen yang memberikan komentar bahwa Aurel melakukan operasi plastik dan bahkan berita ini sampai dimuat di media-media lainnya. Bisa

dilihat bahwa kebebasan yang ditawarkan media sosial ini tentu memberikan berbagai dampak. Salah satu dampaknya adalah munculnya tindakan *cyberbullying*. Komentar-komentar sinis atau mencemooh seseorang di media sosial yang membuat seseorang tersebut merasa tertekan atau frustrasi bisa dikatakan sebagai *cyberbullying*. *Cyberbullying* akan berkembang jika tindakan mencemooh atau merendahkan seseorang terus-menerus dilakukan.

Cyberbullying di Media Sosial di Indonesia

Salah satu tindakan yang biasanya terjadi di dunia nyata namun sekarang ini sering terjadi di dunia maya adalah *cyberbullying*. Menurut Kowalski yang dikutip oleh Setiawan (2013), mengatakan bahwa *cyberbullying* adalah kegiatan *bullying* yang terjadi pada *instant messaging*, internet, media sosial. Penjelasan mengenai *cyberbullying* juga dapat ditemui di website www.stopbullying.gov. Pada situs tersebut dikatakan,

“Cyberbullying is bullying that takes place using electronic technology. Electronic technology includes devices and equipment such as cell phones, computers, and tablets as well as communication tools including sosial media sites, text messages, chat, and websites”.

Cyberbullying dilakukan dengan menggunakan alat teknologi elektronik, termasuk di dalamnya juga alat komunikasi seperti aplikasi media sosial, pesan, chat, dan website. Biasanya mereka yang menjadi korban *cyberbullying* adalah mereka yang juga biasa di-bully di dunia nyata. Berikut beberapa perbedaan antara *cyberbullying* dengan *bullying* yang biasa terjadi di dunia nyata (www.stopbullying.gov):

- *Cyberbullying* dapat terjadi 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dan menjangkau anak-anak saat mereka sendirian. *Cyberbullying* dapat terjadi kapan saja waktu siang atau malam hari.
- Pesan dan gambar *cyberbullying* dapat diposting tanpa nama atau tidak dikenali dan didistribusikan secara cepat ke

khalayak yang sangat luas. Terkadang sangatlah sulit dan tidak mungkin untuk menelusuri sumbernya.

- Sangat sulit untuk menghapus pesan, teks, dan gambar yang tidak pantas dan mengganggu setelah diposting atau dikirim.

Sangatlah penting bagi seseorang untuk memikirkan terlebih dahulu apa yang hendak ia posting untuk disebarluaskan ke masyarakat. Ketika berbicara mengenai dunia internet, perlu diperhatikan bahwa kita tidak hanya berinteraksi dengan benda-benda mati, seperti teks dan gambar. Kita juga berinteraksi dengan orang lain. Begitu kita memposting sesuatu, setiap orang dimana saja dan kapan saja bisa membaca/melihat postingan tersebut. Bahkan tidak menutup kemungkinan postingan kita akan di-*share*/disebarluaskan oleh orang lain. Kita tidak mungkin bisa menghapus semua yang berkaitan dengan postingan tersebut setelah postingan kita disebarluaskan oleh orang lain. Dunia internet bisa jadi alat yang berbahaya jika kita tidak

berhati-hati dalam memposting teks/gambar. Terlebih sekarang ini muncul media sosial, seperti *Facebook*, *Path*, *Twitter* dan lainnya yang 'mendorong' seseorang untuk memposting berbagai hal dengan bebas.

Media sosial sekarang ini selalu hadir atau berada di sekitar kita. Seperti pada gambar 1 di atas, sudah banyak pengguna media sosial di Indonesia dan kemungkinan besar akan semakin bertambah di tahun-tahun mendatang. Tidak menutup kemungkinan juga akan semakin sering komunikasi dilakukan di dunia maya dibandingkan di dunia nyata. Tindakan yang biasa dilakukan di dunia nyata (*real*) bisa dilakukan di dunia maya (*cyber*).

Di dunia nyata, mungkin kita pernah mengalami, melihat, atau mengetahui terdapat segelintir orang yang melakukan tindakan mencemooh/memfitnah/menghina orang lain secara langsung. Namun sekarang ini, kemunculan internet dan adanya media sosial membuat orang dengan mudahnya melontarkan rasa kesal atau menuangkan

perasaannya begitu saja di media sosial tanpa berpikir panjang mengenai dampaknya. Sering kita lihat terjadi ‘perang’ komentar atau debat di bagian “comment” pada sebuah media sosial. Bagi mereka yang menganggap postingan seseorang itu tidak penting atau aneh, atau mungkin bahkan seseorang tersebut dianggap tidak layak atau tidak berhasil dalam sesuatu hal, maka komentar-komentar sinis dan berbagai cacian akan bermunculan di wall orang tersebut. Berbagai hujatan/hinaan/sindiran itu lama kelamaan bisa membuat seseorang merasa malu, semakin tertekan atau frustrasi, dan bahkan ada beberapa yang memilih untuk mengakhiri hidupnya.

Etika Berkomunikasi di Dunia Cyber

Kita memiliki aturan untuk berkomunikasi dengan baik dan benar di internet (netiket). Dunia online atau *cyber* memiliki standarnya mengenai etika. Craig (2005) memaparkan mengenai 10 “*Core Rules of Netiquette*” dari penulis

Virginia Shea (1994). Menurut Shea, ada 10 netiket yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Remember the human.

Saat berada di dunia online, manusia tidak hanya berinteraksi dengan gambar-gambar, video atau tulisan, tetapi manusia juga berinteraksi dengan manusia. Manusia-lah yang memasukkan gambar atau video, membuat tulisan. Manusia-lah yang memuat berbagai pesan ke dalam berbagai media online.

2. Adhere to the same standards of behavior online that you follow in real life.

Netiket kedua ini masih berkaitan dengan netiket yang pertama namun lebih mengarah pada standar etis dan hukum. Walaupun kita berada di dunia online, bukan berarti kita bisa seenaknya bisa mengganggu, mengancam atau menakuti orang lain. Etika dan hukum juga berlaku di dunia online seperti di dunia nyata. Kita tidak bisa bertindak sesuka hati yang bisa merugikan orang lain. Hindarilah netiket yang buruk.

3. *Know where you are in cyberspace.*

Kenalilah tidak semua komunikasi sama dalam dunia online. Kita perlu mengingat bahwa sangat berbeda saat kita mengirim email pribadi kepada teman dengan memberikan komen pada suatu halaman web yang bisa dibaca oleh orang banyak. Kita harus memahami lingkungan dimana kita ber-operasi secara online, seperti peraturan dan kebiasaan sebelum kita memposting sesuatu.

4. *Respect other people's time and bandwidth.*

Seringkali orang mengirimkan email dengan isi pesan yang berukuran besar dan kita berada dalam mailing list orang tersebut. Isi pesan tersebut bahkan berupa hal-hal yang tidak tepat, misalnya iklan atau *jokes* yang tidak penting. Hal seperti ini disebut sebagai *spamming* atau *trolling*. *Spamming* atau *trolling* tentu mengganggu waktu orang lain.

5. *Make yourself look good online.*

Kita perlu belajar bagaimana menulis sesuatu dan berperilaku

yang baik secara online. Jangan membuat tulisan atau mengomentari sesuatu yang membuat Anda terlihat bodoh karena Anda tidak mengetahui atau menguasai topik tersebut. Terlebih, jangan membuat informasi hoax. Berikanlah informasi yang benar dan sesuai dengan fakta.

6. *Share expert knowledge.*

Para pengguna online muncul dengan berbagai latar belakang dan juga beragam kemampuan. Dari beragam pengguna online, pasti terdapat pemula yang belum tahu banyak informasi tentang dunia online atau etika dalam beraktivitas secara online. Oleh karena itu, seharusnya para pengguna internet yang sudah ahli atau lebih dulu memahami tentang dunia online hendaknya membantu atau membimbing para pemula tersebut. Janganlah menghina atau membully mereka yang baru. Namun, bagaimanapun juga sebaiknya kita jangan mengklaim bahwa diri kita adalah seorang yang sangat ahli di suatu bidang yang tidak kita kuasai.

7. *Help keep flame wars under control.*

Api peperangan biasanya terjadi saat orang-orang tidak setuju atau tidak menyukai topik, komentar atau perbincangan yang terjadi di sebuah forum diskusi online. biasanya yang sering terjadi dalam diskusi online adalah perdebatan yang mengandung unsur makian atau hinaan. Seharusnya jika terjadi hal-hal peperangan seperti itu, sebaiknya kita justru membantu meredam perang tersebut. Kita bisa menjadi penengah dengan memberikan pemahaman atau alternatif solusi. Kegiatan cyberbullying muncul dari komentar-komentar pedas atau hinaan yang begitu banyak terhadap seseorang. Alih-alih memadamkan atau menghentikan komentar yang merendahkan tersebut, beberapa orang justru semakin memperkeruh suasana dengan menuliskan komentar yang buruk.

8. *Respect other people's privacy.*

Menghormati privasi orang lain dalam dunia online ini terkait dengan istilah '*hack*'. Banyak hacker

yang membajak akun orang lain hanya untuk kesenangan semata. Mereka yang melakukan hacking tersebut biasanya adalah orang-orang yang lebih maju dan sangat menguasai teknologi. Tindakan seperti itu sungguh tidak sopan dan mengganggu privasi orang lain.

9. *Don't abuse your power.*

Jangan pernah salahgunakan kekuasaan. Internet menawarkan kita untuk menciptakan sebuah *web page* yang bisa dilihat dimana saja di seluruh dunia. *Page* Anda dapat dibaca atau dilihat oleh jutaan orang. Para pengguna online atau web tersebut memiliki kekuasaan dan mereka bisa saja menyalahgunakan kekuasaannya itu, misalnya untuk menunjukkan ke orang banyak bahwa kemampuan teknologi atau informasi yang dimilikinya melebihi rata-rata. Dalam dunia *cyber*, orang juga bisa menyalahgunakan kekuasaannya untuk tujuan kriminal. Inilah yang dinamakan *cyber crime*. Penyalahgunaan kekuasaan sangat mungkin terjadi di dunia online karena orang dapat melakukan apa saja yang

diinginkan dan tidak dapat dikontrol. Penyalahgunaan kekuasaan ini juga berkaitan dengan *cyberbullying*. Para pelaku *cyberbullying* menganggap diri mereka lebih berkuasa atau ahli dibandingkan orang-orang yang mereka *bully*.

10. *Be forgiving of other people's mistakes.*

Aturan ke-10 ini terkait dengan aturan yang ke-9. Biasanya, para pengguna internet yang sudah ahli seringkali complain terhadap para pendatang baru di dunia internet. Salah satu hal menakutkan yang sering terjadi saat berinteraksi di internet adalah ketakutan akan dipermalukan atau dihina saat melakukan sesuatu yang salah. Cobalah untuk lebih sopan dan informatif ketika kita menemukan suatu kesalahan dan maafkanlah para pengguna internet baru atau pemula yang tidak tahu bagaimana cara berinteraksi yang baik di internet.

Kesepuluh aturan yang dibuat oleh Shea tersebut sebenarnya membantu kita para pengguna internet untuk mengontrol perilaku

kita saat terjun ke dunia online. Aturan tersebut pastinya juga berlaku dalam dunia media sosial dimana membantu kita untuk memahami bagaimana sebaiknya kita berinteraksi di media sosial dengan orang lain. *Cyberbullying* bisa terjadi karena mereka yang terlibat di dalamnya, baik korban maupun pem-*bully* tidak memahami bagaimana beretika yang baik di internet. Tidak sedikit orang yang suka memposting sesuatu secara semena-mena, tanpa memikirkan etika. Ada orang yang senang menuangkan emosi atau curahan hatinya di status media sosial miliknya yang justru mengundang orang lain untuk mengomentari status tersebut. Hanya untuk membuat image yang sempurna dan baik di mata masyarakat, orang seringkali memposting sesuatu yang berlebihan dan tidak memikirkan konsekuensinya. Komentar yang datang tidak selalu komentar yang baik dan membangun atau mem-bantu, tidak menutup kemungkinan komentar yang muncul justru ko-mentar yang

menjatuhkan atau bahkan mencaci-maki.

Saat kita memahami apa yang perlu atau tidak perlu diposting dalam sebuah media sosial atau memahami apa yang pantas atau tidak pantas dilakukan dalam dunia online, tentu kita akan berpikir dua kali sebelum memposting atau meng-*upload* sesuatu. Seperti pada aturan yang kedua, dikatakan bahwa etika atau moral berlaku sama baik di dunia nyata maupun maya. Walaupun dunia online, tetap saja kita berinteraksi dengan manusia (aturan pertama). Postingan kita bisa dibaca atau dilihat oleh banyak orang. Oleh karena itulah, kita wajib mengetahui dan memahami benar lingkungan dimana kita beroperasi secara online.

Memang benar bahwa masih banyak orang yang belum memahami etika atau lingkungan tempat kita beroperasi secara online. Namun, itu bukan menjadi suatu alasan bagi seseorang untuk melakukan tindakan *bully* terhadap orang lain. Terkadang, ada satu komen yang menghina seseorang

dan kemudian muncul banyak komen lainnya mengikuti komen awal yang menghina seseorang tersebut. Komen yang semakin panjang itu bisa membuat si pemilik akun atau pemilik postingan itu merasa semakin 'terpojokkan'. Orang yang melakukan tindakan penghinaan bisa saja adalah mereka yang merasa diri mereka lebih benar atau lebih ahli dari orang lain sehingga mereka seringkali menyalahgunakan kekuasaan atau keahlian mereka untuk merendahkan orang lain. Kembali lagi ke aturan pertama, ingatlah bahwa kita berinteraksi dengan manusia. Saat kita mengomentari postingan seseorang dengan hinaan atau cemooh, ingatlah bahwa kita bukanlah berinteraksi dengan postingan tersebut yang adalah benda mati, tetapi kita berinteraksi atau menghina seseorang.

Remaja biasanya seringkali berpikir bahwa mereka bebas melakukan apapun di web atau media sosial miliknya. "*It's mine!*" kalimat tersebut seakan menyiratkan bahwa ini adalah kepunyaan

pribadi saya, privasi saya, saya bebas melakukan apapun yang saya mau. Tetapi jangan lupa bahwa orang lain bisa masuk ke halaman web atau media sosial Anda, melihat atau mengetahui apa yang Anda lakukan, dan sangat mungkin bagi mereka untuk merespon perilaku Anda dengan bebas. Bahkan, lebih jauh lagi, mereka bisa *men-share* apa yang Anda posting ke masyarakat luas. Aturan kelima menyebutkan *make yourself look good online*. Jangan membuat diri kita terlihat bodoh di dunia online yang mengundang berbagai kritikan. Tetapi, maafkanlah orang lain (khususnya pengguna internet pemula) yang tidak memahami bagaimana beroperasi dengan baik secara online. Berilah arahan dan bimbingan, bukan dengan menghina atau *mem-bully* yang justru bisa menimbulkan korban. Maka, sebagai sosok yang rentan dengan berbagai pengaruh dan mudah terbawa arus, remaja harus tahu bagaimana etika atau berperilaku yang baik dan benar secara online, khususnya di media

sosial yang merupakan bagian dalam aktivitas harian mereka.

Kesimpulan

Perkembangan teknologi berbasis internet memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat. Salah satu produk yang dihasilkan oleh teknologi internet tersebut adalah media sosial. Penggunaan media sosial sekarang ini telah menjadi bagian dari aktivitas masyarakat sehari-hari. Sebagian besar remaja senang menghabiskan waktunya di media sosial. Media sosial membantu mereka untuk membangun *image* dan membuat diri mereka menjadi eksis di kalangan orang banyak. Remaja pada usianya masih memiliki jiwa yang labil dan membutuhkan pengakuan dari orang lain. Media sosial bisa membantu mereka untuk membangun *image* yang menarik dan mendapatkan pengakuan dari orang lain.

Penggunaan media sosial oleh remaja terkadang meleset dari penggunaan yang semestinya. Beberapa remaja mungkin tidak

memahami bagaimana beretika yang baik di dunia online. Demi tercapainya tujuan yang mereka inginkan, remaja sering menggunakan media sosial semau mereka tanpa memikirkan dampaknya bagi diri mereka dan juga bagi orang lain. Mereka menjadi bebas dalam menggunakan media sosial. Salah satu kebebasan dalam menggunakan media sosial yang tak jarang memakan korban adalah tindakan *cyberbullying*. Selain berupaya untuk membuat *image* yang bagus, remaja juga kadang tergoda untuk menjatuhkan *image* orang lain. *Bullying* yang biasanya terjadi di dunia nyata sekarang ini mulai bergeser ke dunia maya. *Cyberbullying* yang dilakukan remaja di media sosial menimbulkan berbagai dampak. Dampak nyata yang sering terjadi adalah kasus bunuh diri dikarenakan perasaan malu dan tertekan yang dialami oleh para korban *cyberbullying*.

Cyberbullying bisa terjadi kapan saja tanpa bisa dibatasi oleh apapun. *Cyberbullying* mudah dilakukan karena pelaku tidak perlu

berhadapan langsung dengan target/korbannya. Sulit untuk mengontrol setiap tindakan yang dilakukan seseorang secara online. Kita bisa mencegah terjadinya *cyberbullying* dengan mengajarkan bagaimana beretika yang baik di dunia online. perlu ada pemahaman bahwa media sosial bukan hanya milik pribadi atau untuk dikonsumsi sendiri sehingga bisa melakukan apapun yang kita mau, melainkan media sosial bisa dilihat oleh orang lain dan orang banyak juga dapat berbuat apapun terhadap isi media sosial kita. Kita harus pintar memilih apa yang akan kita posting di media sosial. Karena sekiranya kita memposting sesuatu, hal tersebut di luar kontrol kita apakah orang lain akan mem-*forward* postingan tersebut atau tidak. Pada kasus *cyberbullying*, remaja menjadi sosok yang perlu mendapat perhatian khusus agar terhindar dari korban atau bahkan menjadi pelaku *cyberbullying*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Craig, Richard. 2005. *Online Journalism: Reporting, Writing and Editing for New Media*. Canada: Wadsworth.
- Gurnelius, Susan. 2011. *30-minute Sosial Media Marketing*, McGraw-Hill Companies, United States.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, Pepih. 2012. *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.

Jurnal

- C, Kathleen dan Anuhea R. 2010. *Free Speech: Benefit or Liability*. *Student Journal of Media Literacy Education*, 1(1): <http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf> (diakses pada 16 Mei 2016).
- Farooq, Faraz dan Zohaib Jan. 2012. *The Impact of Social Networking to Influence Marketing Through Product Reviews*, 2(8): http://esjournals.org/journaloftechnology/archive/vol2no8/vol2no8_2.pdf (diakses pada 17 Mei 2016).
- Setiawan, Agung Budi. 2013. *Dealing with Cyberbullies*. https://www.academia.edu/7586179/Dealing_with_Cyberbullies (diakses 30 Mei 2016).
- Utami, Yana Choria. 2014. *Cyberbullying di Kalangan Remaja (Studi tentang Korban Cyberbullying di Kalangan Remaja di Surabaya)*, 3(3): [http://journal.unair.ac.id/cyberbullying-di-kalangan-remaja-\(studi-tentang-korban-cyberbullying-di-kalangan-remaja-di-surabaya\)-article-7636-media-135-category-8.html](http://journal.unair.ac.id/cyberbullying-di-kalangan-remaja-(studi-tentang-korban-cyberbullying-di-kalangan-remaja-di-surabaya)-article-7636-media-135-category-8.html) (diakses 30 Mei 2016).

Internet

<https://m.tempo.co/read/news/2013/06/28/061491864/4-alasan-remaja-gemar-media-sosial> (diakses pada 16 Mei 2016)

<https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-2015> (diakses pada 16 Mei 2016)

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150327061134-185-42245/berapa-jumlah-pengguna-facebook-dan-twitter-di-indonesia/> (diakses pada 17 Mei 2016)

<http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/hasil.survei.pemakaian.internet.remaja.indonesia> (diakses pada 19 Mei 2016)

<http://www.beritasatu.com/gaya-hidup/301864-psikolog-penggunaan-media-sosial-bagi-remaja-lebih-berisiko.html> (diakses pada 20 Mei 2016)

<http://www.bullyingstatistics.org/content/cyber-bullying-statistics.html> (diakses 27 Mei 2016).

JUDUL HURUF ARIAL UKURAN 14 BOLD KAPITAL POSISI CENTER SPASI SINGLE, MAKS.14 KATA

Nama Penulis, Nama Penulis (Tanpa Gelar, Ukuran huruf 10)
Nama instansi dan Kota (Ukuran Huruf 10)
Email : Penulis pertama (Ukuran Huruf 10)

Abstrak

Abstrak merupakan ringkasan dari artikel yang meliputi latar belakang, metode, hasil dan kesimpulan. Jumlah kata dalam abstrak tidak lebih dari 250 kata. Ditulis dalam font type arial, 10pt. Paragraf single. Abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Untuk bahasa Inggris diketik Italic

Kata Kunci : Huruf Font Arial, ukuran 10,

Abstract

Abstract is a summary that includes the background, objectives, methods, results, and conclusion in a clear and concise form. Only apply a single paragraph and not more than 250 words. The template should be write with Arial font 10pt and single paragraph. Abstract should be created in Bahasa Indonesia and English.

Keywords: Font type Arial, size 10

Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang melakukan penelitian atau alasan dari kajian ilmiah bidang komunikasi yang dilakukan, Font Arial, ukuran 12, spasi 1,5

Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang pendekatan atau metode yang digunakan, sehingga menunjukkan prosedur pengambilan data dan analisis yang digunakan. Font Arial, ukuran 12, spasi 1,5

Tinjauan Pustaka

Bab ini memaparkan tinjauan teoritis atau landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Font Arial, ukuran 12, spasi 1,5

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilengkapi dengan kajian teoritis yang mendukung hasil penelitian. Hasil penelitian dapat juga berupa tabel, grafik, dll. Font Arial, ukuran 12, spasi 1,5

Kesimpulan

Bab ini menyimpulkan dari keseluruhan hasil penelitian. Simpulan merupakan jawaban atas hipotesa atau pertanyaan penelitian yang diajukan, Simpulan harus didasari fakta yang ditemukan. Saran untuk penelitian juga dapat disertakan dan bab ini. Font Arial, ukuran 12, spasi 1,5

Daftar Pustaka

Bagian ini memuat semua sumber yang diacu atau literatur yang digunakan dalam penulisan laporan penelitian. Semua sumber yang disebut dalam teks harus tercantum dalam daftar pustaka. Selain itu, penulisan nama pokok pengarang atau para pengarang dan tahun penerbitan dalam teks dan dalam daftar pustaka harus sesuai. Penulisan daftar pustaka ditulis sesuai tata tulis menurut acuan *Publication Manual of the American Psychological Association* (APA Style) dan disusun secara alfabetis dari nama akhir penulis utama. Font Arial, ukuran 12, spasi 1,5

Penulisan Tabel, Gambar Grafik

Semua tabel, gambar, grafik harus diberi nomor sesuai dengan urutan dalam naskah (Tabel 1, Gambar 1, Grafik 1, dst) dan diletakkan pada posisi tengah (centered). Huruf tabel/grafik atau gambar menggunakan font Arial 10, 1 spasi. Tabel/Gambar/Grafik harus jelas dan dilengkapi dengan sumber

Dan lain lain

1. Artikel harus orisinal dan belum pernah dimuat di media penerbitan lain. Hasil penelitian mempunyai kemungkinan lebih besar untuk dimuat.
2. Panjang artikel 15-24 halaman (termasuk lampiran jika ada)
3. Artikel dikirim ke jurnalkomunikatif@ukwms.ac.id
4. Mohon disertakan pula informasi terkait nomor kontak yang dapat dihubungi dan alamat pengiriman jurnal yang telah diterbitkan